

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan dari bab pembahasan maka akan ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi penjualan yang dilakukan PT Astra International Tbk-Honda Plaju Palembang sudah cukup baik hanya saja pada tawaran paket harga yang diberikan tidak terlalu berperan penting, karena hanya terbatas pada produk-produk dengan tipe tertentu saja. Jenis strategi promosi penjualan yang dilakukan PT Astra International Tbk-Honda Plaju Palembang termasuk dalam kategori efektif dan kurang efektif, sebagai berikut:
  - a. Promosi penjualan dengan menggunakan sample termasuk dalam kategori belum efektif dalam tingkat penjualan sepeda motor Honda, walaupun belum secara efektif dan dilakukan selama 6 bulan
  - b. Promosi penjualan dengan menggunakan kupon termasuk belum efektif karena hanya dilakukan selama 3 bulan saja.
  - c. Promosi penjualan dengan menggunakan tawaran uang kembali (rabat) efektif dilakukan, waktu penawarannya pun dilakukan selama 12 bulan.
  - d. Promosi penjualan dengan menggunakan paket harga juga termasuk promosi yang efektif, promosi ini juga dilakukan selama 12 bulan
  - e. Promosi penjualan dengan menggunakan premium termasuk kategori jenis promosi kurang efektif yang dilakukan selama 6 bulan, dan juga belum meningkatkan minat konsumen untuk membeli sepeda motor Honda.

- f. Promosi penjualan dengan menggunakan hadiah/undian termasuk promosi yang efektif untuk minat konsumen untuk membeli motor Honda dengan penawaran hadiah-hadiah yang menarik.
2. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penjualan sepeda motor pada PT Astra International Tbk-Honda Plaju Palembang sebagai berikut:
  - a. Faktor eksternal dengan menurunnya harga komoditas perkebunan menurun dapat mempengaruhi penjualan sepeda motor Honda, karena selama ini perekonomian masyarakat masih banyak didukung dari sektor pertambangan dan perkebunan, maka pada saat harga sawit, karet dan lain-lain membaik, penjualan sepeda motor juga akan mengalami peningkatan yang cukup tinggi.
  - b. Faktor eksternal dengan naiknya harga BBM juga dapat mempengaruhi tingkat penjualan sepeda motor Honda, karena Dengan kenaikan harga BBM yang cukup besar yang menyeret kebutuhan-kebutuhan pokok lain untuk ikut menaikkan harga, masyarakat akan melakukan adaptasi dan juga penyesuaian menghadapi kondisi yang terjadi tersebut selama beberapa waktu.
  - c. Faktor eksternal dengan melemahnya nilai tukar rupiah membuat tingkat penjualan pun menurun, karena dengan melemahnya rupiah akan membuat PT Astra International Tbk-Honda Plaju Palembang secara otomatis akan menaikkan harga penjualan sepeda motor untuk mengurangi kerugian yang terjadi
  - d. Faktor eksternal dengan menurunnya penjualan setelah lebaran disebabkan oleh masyarakat lebih mendahulukan keperluan untuk hari raya dan setelah lebaran membuat masyarakat lebih memilih menghemat uang mereka untuk keperluan lain.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan di atas adapun saran-saran yang diberikan penulis kepada PT Astra International Tbk-Honda Plaju Palembang:

1. PT Astra International Tbk-Honda Plaju Palembang dapat mempertahankan dan lebih mengefektifkan kegiatan-kegiatan promosi yang sudah telah dilakukan, khususnya strategi promosi penjualan. PT Astra International Tbk-Honda Plaju Palembang harus meningkatkan jenis promosi menggunakan kupon, sehingga menjadi efektif lagi dan mampu menambah minat konsumen.
2. PT Astra International Tbk-Honda Plaju Palembang harus dapat mengatasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penjualan sepeda motor Honda dengan cara melakukan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan BUMN dan BUMD yang ada, sehingga bila terjadi penurunan harga komoditas perkebunan dampaknya tidak mempengaruhi tingkat penjualan motor Honda.